

«Gutes Brot zu backen, reicht eben nicht»

Der Zürcher Bäckermeister Jens Jung hat vor zehn Jahren die Firma John Baker mitgegründet – und ist damit inzwischen an der Bahnhofstrasse gelandet. Ob das Konzept auch dort funktioniert und wie die Lage der Branche ist, erläutert er im Gespräch mit Urs Bühler

Herr Jung, zu Hause eigenes Brot zu backen, ist spätestens in der Pandemiezeit zum Lifestyle geworden, die Sauerteigmutter zu einer Art Tamagotchi. Hat das John Baker geholfen oder geschadet? Alles, was Leute selbst erfahren und machen, hilft uns. Es bringt grössere Wertschätzung für die Arbeit, die dahintersteckt. Auch kauft man sein Brot dann wohl eher nicht mehr in der Migros.

Aber vielleicht hat man auch gemerkt, dass es frisch aus dem eigenen Backofen am besten schmeckt?

Mag sein. Aber wenige ziehen das dann konsequent durch. Es geht ja auch ums Ritual des frühmorgendlichen Gangs zum Beck. Man kommt frisch aus der Dusche, ist meist noch entspannt, und die ersten Worte des Tages ausser Haus sind: «Es Gipfeli und en Kafi, bitte.» Die soziale Interaktion fehlt beim Backen daheim, wir bieten sie bei John Baker.

Gut, das war der Werbespot für den Betrieb, den Sie vor zehn Jahren mitgründeten, während landauf, landab Bäckereien einzugehen begannen. Da investierten Sie mit drei branchenfremden Freunden gegen eine Million Franken. Glaubten Sie wirklich an den Erfolg? Ja, sonst hätte ich es nicht gewagt. Ich plane stets auch ein Worst-Case-Szenario ein, das hätte in eine Katastrophe gemündet. Aber wer Leute mit einem herausragenden Produkt abholt, hat selten ein Problem, davon war ich überzeugt.

John Baker hat frischestes, hochwertiges Brot in Zürich trendig gemacht. Aber hat er auch den Sprung vom Szenebetrieb zum breiteren Publikum geschafft? Mich freut besonders, wie sehr sich seit der ganzen Bäckerlandschaft entwickelt hat. Wir haben anfangs sicher geholfen, das Image der Branche zu entstauben, sind nun aber eine Volksbäckerei geworden, wie ich es mir vorgenommen hatte. Und John Baker ist erwachsener geworden, das zeigt der Sprung zur Bahnhofstrasse.

Dort zahlen Sie sicher noch mehr Monatsmiete als die 16 000 Franken für den Standort am Stadelhofen.

Das will ich nicht so genau beziffern. Die ZKB als Hausbesitzerin hat mit uns Mietkonditionen ausgehandelt, die für beide stimmen. Das Risiko war aber auch so beträchtlich, uns war bewusst, dass an der Adresse vorher zwei Konzepte nicht gut funktioniert hatten. Aber es ging von Anfang an ab wie eine Rakete, das hatten wir völlig unterschätzt. Ehemalige Bankenstandorte sind auch künftig interessant für uns.

Am Helvetiaplatz belegen Sie auch einen. Wie sehen Ihre Zahlen aus?

John Baker ist wieder in den schwarzen Zahlen, nachdem die Jahre 2021/22 sehr schwierig gewesen sind. Dass es noch nicht ganz reicht, um die Schulden zurückzuzahlen, hat auch mit erhöhten Rohstoff- und Energiepreisen zu tun. An der Bahnhofstrasse setzen wir schon im zweiten Jahr 2,2 Millionen Franken um, dort erreichten wir dieses Level deutlich schneller als am Stadelhofen. Am Helvetiaplatz ist der Umsatz noch höher.

Ihr Konzept holt die Backstube aus dem Keller, an der Bahnhofstrasse ist sie durch grosse Fenster zu sehen: Banken mit geheimen Schliessfächern sind passé, hoch lebe die gezeigte Bäckerkunst?

Es schafft jedenfalls Vertrauen und einen schönen, bewegenden Anblick, gerade an der Bahnhofstrasse, in deren Schaufenstern vieles so statisch ist. Zudem ist es ein attraktiverer Arbeitsplatz, gerade für jüngere Leute: eine Art Bühne, auf der man sein Handwerk zeigen kann. Das gehört heute zum Stolz des Bäckerberufs, der Bewegungsablauf des Faltens etwa wird auch auf Social Media ständig vorgeführt.

Für Sauerteig ist eine Gehzeit von mindestens sechs Stunden empfohlen, er ist



Jens Jung vor dem John-Baker-Geschäft mit einsehbarer Backstube an der Zürcher Bahnhofstrasse.



Die Nachfrage nach dem Brot von John Baker ist gross.

BILDER KARIN HOFER / NZZ

mehrmals zu dehnen und zu falten. Ist das ohne Abstriche möglich, wenn man Tausende Brote im Tag verkauft wie Sie? Jeder Betrieb macht das bei uns einzeln. Unser Sauerteig fermentiert ganze sechs Stunden ausserhalb des Kühlschranks, wird gedehnt, aufgezoogen, gefaltet, geformt – alles in Handarbeit.

Hat Ihr Erfolg Grossverteiler unter Druck gesetzt – ziehen sie nach?

Sie versuchen es. Und sie schauen auch immer wieder bei uns rein, wir sind für alle offen. Sie versuchen sicher, die Produktentwicklung und Qualitätssicherung etwas anzupassen. Aber ihre Möglichkeiten sind sehr beschränkt. Einige zeigen nun Brotgestelle in der Werbung. Manche sagen, den Teig 45 Minuten länger gären zu lassen als vorher. Das heisst wohl, er gärt nun genau 45 Minuten.

Brot hat etwas Mythisches, seine Kulturgeschichte führt über Ernährung hinaus. Spüren Sie das in der täglichen Arbeit? Dieses Archaische finde ich spannend. Bei Sitzungen stellen wir manchmal Brot auf den Tisch, von dem alle etwas

abbrechen können. Zur Kultur gehört für mich aber auch der Entstehungsprozess des Brots – und wie es riecht!

Und kaum aus dem Ofen, «singt» es leise, das weiss, wer daheim backt. Nimmt man diese sinnlichen Aspekte im Berufsalltag noch wahr?

In gewissen Momenten durchaus – etwa, wenn man allein ist und das frisch gebackene Brot aufs Rack stellt. Das Tolle am Bäckerberuf ist: Man macht etwas mit den Händen, sieht in kurzer Zeit das Resultat, das Emotionen weckt und ein direktes Kundenfeedback hervorruft.

Wie schwierig ist es geworden, gutes Personal zu finden?

Gutes Personal kommt nicht einfach so. Wir betreiben viel Aufwand zur Rekrutierung, bieten schöne Arbeitsplätze, können mittlerweile auch lohnmässig mithalten. Bei Bäckern sind Fachkräfte sehr umgarnt, da werden zum Teil tolle Löhne bezahlt. Diese haben wir in den letzten drei Jahren um gut ein Viertel gehoben, zum Teil auf über 5000 Franken im Monat für erfahrene Bäcker. Der Mindestlohn unserer Angestellten ist 4300 Franken, 500 Franken höher als sonst hierzulande. Und wer frisch aus der Lehre kommt, kann bei uns viel dazulernen. Würde man Ruchbrot an der Lehrabschlussprüfung so machen, wie wir es tun, erhielte man null Punkte.

Wie bitte?

Unsere Methode passt einfach nicht ins Korsett dieser Prüfungen und des Lehrplans. Dort wird eine Pseudoeffizienz gelehrt, mit grossen Chargen, Lagern und Aufbacken und so, die weit entfernt ist von unserer Idee.

Dutzende kleine Bäckereien verschwinden hierzulande im Jahr – und mit ihnen stets auch ein Stückchen Tradition. Muss man den Verdrängungskampf beweinen oder einfach hinnehmen?

Um die Schlechten ist es nicht so schade; die Guten muss man beweinen, und davon hat es einige getroffen. Aber gutes Brot zu backen, reicht eben nicht, um einen Betrieb zu führen, mit dem man seinen Lebensunterhalt bestreiten kann.

Gefährdet sind vor allem Bäckereien auf dem Land. Ihr Rat an sie?

Ich hüte mich, zu sagen, es ginge, wenn sie es machten wie ich. Aber meist wäre weniger mehr: Man soll sich auf tolle Produkte konzentrieren, sie konsequent machen – aber auch eine Wertschöpfung erzielen und sich nicht aufopfern wie viele in der Branche. Und letztlich liegt es an den Konsumenten, den Schwund aufzuhalten. Sie müssen bereit sein, mehr zu zahlen für gute Produkte.

Es ist ähnlich, wie wenn Leute das Verschwinden alter Kinos beklagen, die sie selbst nicht mehr besucht haben?

Etwa so. Die Bäckerei in Fürstentau, deren Backstube wir mit Andreas Caminada umgebaut und deren Personal wir geschult haben, führen wir nun selbst – mit Zürcher Preisen. Das hat im Dorf für etwas Aufbruch gesorgt. Aber ich bin ja kein Millionär, wir müssen stets schrauben, um durchzukommen. Und meine Leute sollen anständig verdienen, sich unsere Produkte leisten können.

Sie führten in Zürich einmal ein 180-Gramm-Linzertörtli für 9 Franken. Ist das nicht etwas teuer für einen, dem eine «Volksbäckerei» vorgeschwebt hat?

Wir wollten eine Spezialität, die zum Billigprodukt verkommen ist, aussergewöhnlich gut machen. Und die Kosten waren halt so hoch. Ich will mich bei einem Produkt immer dem Optimum annähern, dann kalkulieren wir, und am Ende entscheidet der Markt. Funktioniert es nicht, bin ich niemandem böse.

Sauerteig ist nun auch in der Spitzengastronomie en vogue, manchenorts zahlt man Brot gar extra. Ist das gut?

Das finde ich sogar sehr gut! Es gibt dem Produkt einen anderen Stellenwert.

Bedauerlich finde ich aber die Tendenz, das Brot warm zu servieren. Denn warm hat das Brot kein Aroma.

Ernährungstechnisch hat Brot seit Jahrzehnten keinen guten Ruf. Hilft da die Rückbesinnung auf lange Gärzeiten?

Langsam zeichnet sich in der ernährungswissenschaftlichen Sicht ein Wandel ab, doch fragt sich, wie sehr das die Massen erreicht. Viele denken weiterhin, Weizen sei generell zu meiden, dabei gilt das vor allem für die modifizierten, versteckten Formen und nicht für Teig, der in langer Gärung problematische Eiweisse abbaut: Unser Weizenbrot bekommt so manchen gut, die vorher sagten, sie vertrügen keines.

Wovon träumen Sie als Unternehmer?

Eine Multi-Brand-Company zu sein, mit weltweitem Netzwerk, gemeinsamer Entwicklung und Austausch mit einem Ziel: gutes Brot zu machen. Uns besuchen Bäckersleute aus Österreich, Polen, Deutschland, der Bonner Max Kugel arbeitete vier Monate bei uns. Ich möchte, dass es überall gutes Brot gibt, ob von John Baker oder nicht. In London einen John-Baker-Ableger zu eröffnen, fände ich langweilig.

Seit 2017 führen Sie die 1976 vom Vater gegründete Bäckerei Jung. Warum geht sie mit dem Konkurrenten Kleiner zusammen?

Wir hatten die Jung-Standorte umgebaut und Prinzipien von John Baker eingebracht, aber die Produktionskapazitäten im Keller am Klusplatz erlaubten kein Wachstum mehr. Die Idee für ein Joint Venture entwickelten wir gemeinsam mit den ZFV-Unternehmungen, zu denen Kleiner gehört. Dieser hat zu wenig Ladenumsatz, dafür eine grosse, beim Bahnhof Altstetten gut angebundene Backstube, wo künftig für alle Standorte im Jung-Look mit John-Baker-Gen gebacken wird.

Ist das denn noch «inspiriert von John Baker», wie Sie die Jung-Filialen seit Ihrem Einstieg nennen?

Es gibt das gleiche Brot wie bei John Baker, nur nicht ganz so frisch: Es ist beim Kauf etwa sechs Stunden alt. Alles vor Ort selbst zu machen wie bei John Baker, limitiert stark und bedingt Investitionen von 1,4 Millionen Franken pro Standort. Ich kann nun beweisen, dass meine Vision, überall gutes Brot zu bieten, auch in einer Kooperation umsetzbar ist. Ich bin gespannt, ob das funktioniert, auch als Vorbild für andere.

Den Jung-Standorten verleihen Sie heute den Slogan «Inspiriert von John Baker». Ist es nicht eher umgekehrt? Sie haben viel von Ihrem Vater gelernt.

Natürlich war ich ursprünglich von ihm inspiriert, und er ist noch heute ein Vordenker. Aber ich glaube, ich habe eine eigene Identität aufgebaut mit John Baker, die wir auch den Jung-Betrieben aufgedrückt haben.

Sie hatten zwölf Jahre lang bei Jung gearbeitet, in leitenden Positionen, ehe Sie sich selbstständig machten. Wie schmerzhaft war die Ablösung vom Vater? Sehr schmerzhaft.

Für beide Seiten?

Ja. Meine grosse Enttäuschung war, dass er mir nach den zwölf Jahren nicht das Vertrauen schenkte, mir den Betrieb zu übergeben. Da ging ich, und er grollte mir umgekehrt sehr. Ich hatte auch Fehler gemacht. Wir sprachen knapp zwei Jahre lang fast nicht mehr miteinander. Heute können wir es wieder gut, und er ist ein toller Vater und Grossvater.

Ist Brot frisch aus dem Ofen der prägende Duft Ihrer Kindheit?

Ich glaube eher jener der flüssigen Schokolade, die mein Vater als Konditor-Confiseur im Kessel warmhielt. Diesen Geruch spüre ich noch immer in der Nase oben. Er löst ein wohliges Gefühl aus.

«Würde man Ruchbrot an der Lehrabschlussprüfung so machen, wie wir es tun, erhielte man null Punkte.»